

**MARIA CUNHA & RITA ALMEIDA**

msmariadiana@hotmail.com; ritalmeida51@gmail.com

Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Portugal

# **DOENÇAS CARDIOVASCULARES: A PRINCIPAL CAUSA DE MORTE EM PORTUGAL NÃO ESTÁ NOS JORNAIS**

## **RESUMO**

Este capítulo aborda a evolução da mediatização das doenças cardiovasculares. Na revisão teórica é aprofundado o papel do jornalismo de saúde como fonte preferencial de informação nesse campo e a produção jornalística como construção social da realidade. A análise de notícias de quatro jornais generalistas, num intervalo de cinco anos, permitiu constatar uma redução do número de notícias destas doenças. Este quadro não corresponde a um reflexo da realidade, sendo as doenças cardiovasculares a principal causa de mortes em Portugal.

## **PALAVRAS-CHAVE**

jornalismo de saúde; doenças cardiovasculares; construção da realidade

---

## **INTRODUÇÃO: O JORNALISMO DE SAÚDE COMO PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÃO DOS PACIENTES**

O jornalismo de saúde assume um papel importante no comportamento da população. Vários estudos comprovam que, quando se trata de assuntos de saúde, as pessoas têm como fonte preferencial os *media* e só depois os profissionais de saúde. Johnson, num artigo publicado na revista *The New England Journal of Medicine*, diz que 40% dos inquiridos referem

como fonte primária de notícias de saúde a televisão, 36% optam pelos médicos (Johnson, 1998, p. 87).

Inicialmente, para obter informações de saúde, as pessoas recorriam a amigos, familiares, vizinhos e colegas de trabalho. Esta informação era obtida informalmente e era baseada em vivências e conhecimentos. Do lado formal, salientavam-se os médicos e outros profissionais de saúde que representavam, nesta altura, a principal fonte de informação (Thomas, 2006, citado em Aroso, 2016, p. 160).

O que é noticiado, no campo da saúde, influencia a tomada de decisão. No artigo de Johnson, é referido que 58% das pessoas afirmaram mudar de comportamento ou de atitude por terem lido, visto ou ouvido uma notícia ou história sobre saúde nos *media* (Johnson, 1998, p. 87). Niederdeppe et al. (2007, citados em Azevedo, 2009, p. 14) também comprovaram essa influência dos *media* ao analisarem a cobertura mediática de um programa de tabagismo entre estudantes adolescentes. No final, concluiu-se que houve uma redução do número de fumadores nas pessoas expostas àqueles conteúdos (Niederdeppe et al., 2007, citados em Azevedo, 2009, p. 14).

Estes estudos têm contribuído para a formação de uma imagem dos *media* como promotores de saúde pública. Neste âmbito, diversas entidades de saúde recorrem aos jornalistas com o intuito de contribuir para a prevenção e promoção da saúde pública. Isto parte da ideia de que a medicina mais do que curar deve prevenir (Guerra, 1961, p. 91, citado em Aroso, 2016, p. 161).

Para Ratzan (1999, citado em Araújo, 2016, p. 174), a comunicação de saúde contribui para uma melhoria nos resultados de saúde, graças à mudança social e de comportamento. Uma comunicação eficiente pode não só alertar para os riscos de saúde, mas também motivar e dar as ferramentas necessárias às pessoas para que possam orientar o seu comportamento em direção das melhores práticas (Ratzan, 1999, citado em Araújo, 2016, p. 174).

No seguimento desta ideia, Espanha (2009, citado em Aroso, 2016, p. 162) refere algumas funções que os *media* podem ter: incrementar o conhecimento; influenciar as crenças e atitudes; fomentar a ação; expor os benefícios da mudança de comportamentos; incentivar a procura de serviços de saúde; esclarecer mitos e preconceitos.

No caso de questões de saúde pública, os *media* desempenham um papel fundamental para fazer chegar notícias importantes ao público. Para Araújo (2016), as imagens de saúde e de doença criadas pela população

têm origem nas mensagens mediáticas. “São os *media*, portanto, quem contribui para a representação social dos assuntos de saúde” (Araújo, 2016, p. 151). Esta função acarreta a responsabilidade de assegurar que o que dizem corresponde de forma minuciosa à realidade. Tendo em conta que a maioria das pessoas não tem um acompanhamento médico diário, os *media* acabam por ser a fonte a que o público em geral mais recorre (Schwitzer et al., 2005).

À responsabilidade de noticiar a saúde de forma correta e rigorosa estão associados alguns desafios. Os jornalistas de saúde precisam de perceber jargão médico e lidar com interesses associados. Tal como defende Araújo, “a natureza técnica e muitas vezes complexa da informação de saúde exige uma capacidade de ‘tradução’ e descomplexificação da informação por parte do cientista, o que nem sempre se verifica” (Araújo, 2016, p. 151). Deve existir um cuidado acrescido porque, por exemplo, no caso de se noticiar um novo medicamento as pessoas vão interessar-se se isso tiver impacto na sua vida. Essa notícia pode resultar na discussão dos pacientes com os médicos, inclusive sobre possíveis decisões de tratamentos (Australian Press Council, 2001, citado em Schwitzer et al., 2005).

Na obra *Advancing health literacy: a framework for understanding and action*, afirma-se que, quando as pessoas estão doentes ou têm um familiar doente, querem informação sobre saúde, sendo este um facto universal (Zarcadoolas et al., 2006, citado em Araújo, 2016, p. 175). Ainda que uma informação de qualidade não substitua a qualidade dos serviços de saúde, as pessoas precisam de informação em linguagem simples, com profundidade e substância suficientes que lhes permitam avaliar todas as opções para prevenção e tratamento (Pomerantz, Muhammad, Downey & Kind, 2010). A utilização dos *media* como fonte de informação de saúde vem alterar a tradicional relação de soberania do médico com o paciente. Este contacto é agora mais equilibrado graças a um maior conhecimento do cidadão junto dos *media* tradicionais e digitais. Espanha (2009, citada em Miura, 2012, pp. 104-105) explica que, quando aliado a outros meios mais interativos, como é o caso da internet, os conteúdos televisivos podem contribuir para uma maior autonomia do indivíduo na área da saúde.

Uma pesquisa telefónica realizada em 2010 pelo Pew Internet Project and California Health Care Foundation mostra que 80% dos internautas nos Estados Unidos da América pesquisam informação de saúde na internet. Entre esses utilizadores 66% pesquisaram informação sobre uma doença ou um problema médico, 56% procuraram um tratamento ou procedimento médico e 44% pesquisaram informação relacionada com profissionais

de saúde (dados publicados a 12 de fevereiro de 2018 em JMIR Publications, citados em Chen, Li, Liang & Tsai, 2018).

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS, 1998), a comunicação na saúde é uma “estratégia-chave para informar o público sobre preocupações de saúde e para manter questões de saúde importantes na agenda pública” (p. 8). Contudo, nem sempre esta informação é positiva na relação dos pacientes com os médicos. Apesar de os *media* terem a função e a responsabilidade de promover a saúde pública, nem sempre a cumprem da melhor forma (Miura, 2012, p. 100).

Azevedo (2009) refere que vários dados encontrados na PubMed Central apontam para “a falta de rigor nas informações dos *media* sobre pesquisas científicas de saúde, conflitos de interesse, sensacionalismo, falta de sequência na cobertura e informações que ficam esquecidas sem nunca se transformarem em notícia” (p. 10).

A teoria da espiral do silêncio, proposta por Nöelle-Neumann (1995), diz-nos que, quando um tema não é abordado, cai no esquecimento e perde importância no meio público. Isto é uma das consequências que pode resultar da ineficácia do trabalho do jornalismo de saúde. “O facto de uma determinada doença não estar sob os holofotes dos *media*, não significa que foi erradicada, ou seja, menos perigosa que outra. Apenas não recebe a atenção e, por esse motivo, passa a não existir” (Azevedo, 2009, pp. 15-16).

## ENQUADRAMENTO TEÓRICO

### UMA REALIDADE CONSTRUÍDA PELOS *MEDIA*

De acordo com Mendonça e Braga (2015), os *media* permitem que as pessoas tenham contacto com factos que não se encontram facilmente alcançáveis. Os indivíduos ganham conhecimento e constroem opiniões baseadas no que lhes é transmitido. Assim, os meios de comunicação têm um papel importante na construção da realidade social “e, ao silenciarem algo, tornam a realidade construída incompleta e não representativa” (p. 4).

Aliada à questão da construção da realidade social está a teoria do *agenda-setting*, proposta por Maxwell McCombs e Donald L. Shawn, inspirados por Walter Lippmann. Esta teoria defende que a realidade social dos indivíduos é pautada pela agenda mediática. Como afirma Cardoso (2015), “o público sabe ou ignora, presta atenção ou abandona, realça ou negligencia os cenários públicos, de acordo com o que é exposto pela imprensa” (p. 4). Ao explicar o *agenda-setting*, Wolf (2002, citado em Cardoso, 2015) diz

que a imprensa, ao reportar a realidade exterior, acaba por dar ao público uma lista do que é importante discutir. Desta forma, esta hipótese considera que os *media* fornecem “por empréstimo” a compreensão da realidade social, realçando um assunto em detrimento de outro (Wolf, 2002, citado em Cardoso, 2015).

Neste contexto, é ainda relevante falar de noções como o *frame* ou enquadramento. Quando deparado com determinado assunto, o jornalista avalia-o com base em critérios que definem se este é relevante ou não para a agenda mediática. Deste modo, “seleciona as partes da realidade que merecem ser transformadas em notícia” (Correia, 2009, citado em Silveira & Marôpo, 2014, p. 16). Traquina (2004, citado em Marroquim, 2010, p. 8) argumenta que a seleção do que é noticiado não é completamente objetiva e inocente: “os jornalistas têm os seus óculos particulares através dos quais veem certas coisas e não outras, e veem de uma certa maneiras coisas que veem. Operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado”. Ora, como explica Cardoso (2015), “a premissa do agendamento é que nem todas as ocorrências são acontecimentos passíveis de transformar-se em notícia” (p. 5).

A teoria do *gatekeeper* vem apoiar a ideia de que existe um filtro na seleção do que é noticiado. Propõe que a produção da informação é pautada por escolhas, na medida em que as notícias dependem da decisão seletiva do jornalista – o *gatekeeper* – para serem noticiadas (Gama & Dadalto, 2009, p. 3).

Fica, então, clara a construção de enquadramentos por parte dos jornalistas: é formada uma cadeia simbólica de forma a dar destaque a acontecimentos considerados relevantes. Marroquim (2010) explica que a atividade jornalística está longe de uma reprodução objetiva, sendo a notícia relatada “sob olhares de uma comunidade específica que se desenvolvem durante o processo de produção linguística dos acontecimentos” (p. 9).

Os *media* estabelecem quais os temas que o público vai receber, definindo uma hierarquia de importância, a partir da qual os assuntos são apresentados na ordem do dia (Cardoso, 2015). Estando o jornalismo associado a uma construção social da realidade, torna-se relevante debater o seu papel mediador na sociedade.

A teoria do *agenda-setting* tem origem nos estudos norte-americanos em comunicação, que integram o paradigma funcionalista. As pesquisas têm como objetivo “analisar e detetar as funções dos meios e os efeitos causados sobre a audiência” (Colling, 2001, p. 89). Segundo esta hipótese, as pessoas pautam os seus assuntos e conversas em função daquilo que é noticiado pelos *media*.

Sousa (2002, citado em Cardoso, 2015) realça que as notícias são como espelhos da realidade, que não a refletem, mas sim que a representam. Para além da representação, as notícias também constroem novas realidades sociais (Sousa, 2002, citado em Cardoso, 2015). Ao definir uma agenda interpessoal, os *media* acabam por dizer ao público como deve pensar os temas presentes na agenda mediática (Colling, 2001, p. 94). Embora defenda que “os meios suscitam e articulam a atenção do público, veiculando determinadas lógicas e fomentando o pensamento dominante”, Innerarity (2009, citado em Silveira & Marôpo, 2014) realça que o objetivo dos *media* não é impor opiniões. A sua finalidade é reportar temas sobre os quais é necessário ter opinião, ou seja, “realidades a entender” (Innerarity, 2009, citado em Silveira & Marôpo, 2014, p. 9).

Salienta-se, assim, a noção do jornalismo como contribuição para o funcionamento da sociedade. A notícia assume uma nova importância, que leva Robert Park (1976, citado em Silveira & Marôpo, 2014, p. 14) a considerar o jornalismo “como instituição que auxilia o funcionamento da sociedade”. Também Silverblatt (2004, citado em Silveira & Marôpo, 2014) apoia esta ideia conferindo ao jornalismo “relevância para o sentido de ordem e de estabilidade necessários ao bom funcionamento das sociedades”. O autor acrescenta que, para além de proporcionar uma experiência partilhada, o jornalismo mantém rituais essenciais para auxiliar a sociedade. Assim, os meios de comunicação tornam-se estabilizadores da ordem social, assemelhando-se o seu papel ao de instituições tradicionais “como a família, a escola ou a igreja” (Silverblatt, 2004, citado em Silveira & Marôpo, 2014, p. 9).

Posto isto, McNair (1998, citado em Silveira & Marôpo, 2014, p. 9) acredita ser possível considerar o jornalismo “uma forma de comunicação central para o discurso público”, com informação diversificada e uma posição privilegiada em relação a outras formas comunicacionais.

A partir daquilo que é considerado relevante para o público, o jornalismo cria “uma estrutura de relevâncias, ampliação mediatizada de significados” tidos como essenciais para o debate público (Correia, 2005, citado em Marroquim, 2010, p. 10). A apresentação de uma realidade social construída confere aos *media* um sentido duplo: “o de apreender a realidade social objetivada e o de produzir continuamente essa realidade” (Correia, 2005, citado em Marroquim, 2010, p. 10).

O trabalho de produção de notícias está sempre aliado a uma construção social da realidade. Gama e Dadalto (2009) explicam a razão: os factos noticiados têm por base “influências subjetivas vigentes na realidade

social” (p. 2). No processo de realização de notícias, ainda que estas sejam produzidas da forma mais objetiva e direta possível, os próprios factos estão já associados a uma certa subjetividade.

## RESULTADOS

### DOENÇAS CARDIOVASCULARES SÃO CADA VEZ MENOS NOTICIADAS

Do nosso *corpus* de análise, 143 textos tratam das doenças cardiovasculares, sendo aí citadas 140 fontes de informação. É da análise deste último grupo que nos ocuparemos aqui.

Numa análise geral dos dados, as doenças do coração são as mais mediatizadas em comparação com o AVC, embora a diferença não seja muito significativa. Em Portugal, no período aqui em análise, as doenças cardiovasculares têm sido cada vez menos mediatizadas ao longo dos anos, registando-se o pico de noticiabilidade em 2014. Os jornais que mais as noticiam são o *Jornal de Notícias* (JN) e o *Correio da Manhã* (CM), considerados de linha mais popular.

Quando as doenças cardiovasculares são noticiadas, a grande maioria das peças tem presença de fontes, recorrendo tendencialmente a apenas uma ou duas fontes por notícia. No que diz respeito ao tipo de fonte, há uma visível preferência pelos homens em detrimento das mulheres. Ao longo dos anos, tem-se registado uma menor identificação das fontes no que toca às notícias sobre as doenças cardiovasculares.

O pico de noticiabilidade regista-se em 2014, com um total de 34,3% das notícias. De 2014 até 2017, constata-se uma diminuição geral no número de notícias, apresentando 2017 um total de apenas 14,0%. É possível verificar uma diminuição da noticiabilidade das doenças do coração e do AVC entre 2013 e 2017 (Gráfico 1).

Os *media* apresentam-se como fonte preferencial de informação de saúde dos cidadãos, podendo contribuir para uma maior literacia em saúde. A redução do número de notícias sobre doenças cardiovasculares pode resultar numa diminuição da literacia em saúde. A informação de saúde contribui para a uma maior consciencialização da doença, na medida em que os cidadãos têm maior conhecimento sobre os riscos, sintomas e processos que possam melhorar o seu estado de saúde.

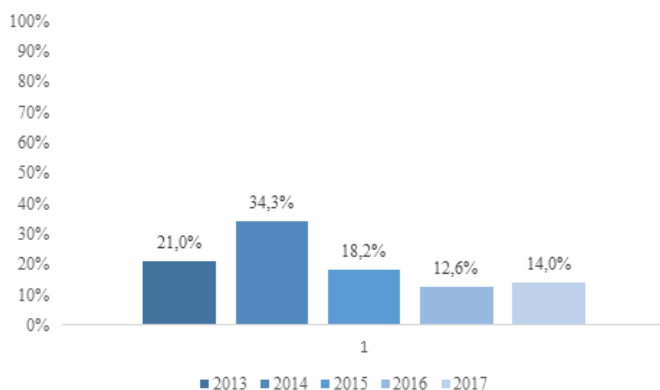


Gráfico 1: Total de notícias por ano para todos os jornais (%)

## A DOMINÂNCIA DE UMA FONTE POR NOTÍCIA

No que diz respeito ao número de fontes identificadas por notícia, há uma preferência por se citar apenas uma fonte (51,8%, Gráfico 2). Esta realidade pode pôr em risco a pluralidade do jornalismo de saúde, nomeadamente no que diz respeito às doenças cardiovasculares. Sendo as doenças responsáveis pelo maior número de mortes em Portugal, seria benéfico procurar um maior número de fontes capazes de esclarecer os cidadãos, permitindo o acesso a diferentes perspetivas. O princípio do contraditório encontra-se aqui também ameaçado pelo fraco número de fontes identificadas.

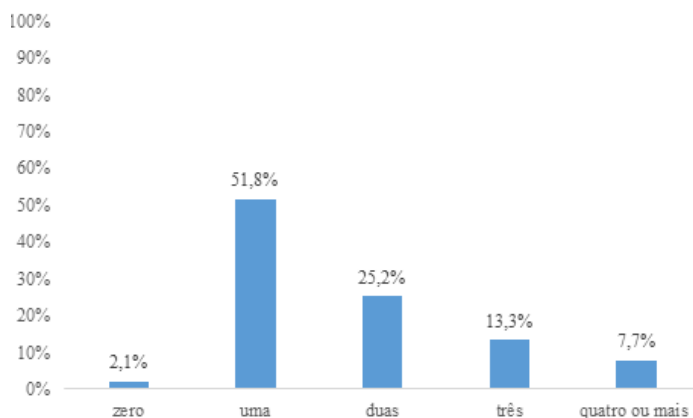


Gráfico 2: Total de fontes de informação identificadas por notícia (%)



## JORNAIS POPULARES RESPONSÁVEIS PELA MAIORIA DAS NOTÍCIAS

O *Público* e o *Diário de Notícias* (DN), jornais de referência, apresentam um total de notícias relativamente baixo (30,1%) em comparação com os jornais populares (69,9%), que registaram mais do dobro (Gráfico 3). A soma das notícias do *JN* e do *CM* representa mais de metade da noticiabilidade total destas doenças, assinalando-se como os jornais que mais noticiam esta realidade. No total de notícias analisadas, o *JN* escreveu 34,3% e o *CM* 35,7%.

Estes resultados não são o reflexo do que é esperado dos jornais de referência. A expectativa de que noticiem assuntos fundamentais para a sociedade não é correspondida, tendo em conta que se trata das doenças que mais matam em Portugal. Assim, o *Público* e o *DN* acabam por não valorizar esta questão, não cumprindo a função de ser o reflexo da realidade. O *JN* e o *CM*, jornais mais populares, produzem um maior número de notícias em relação às doenças cardiovasculares.

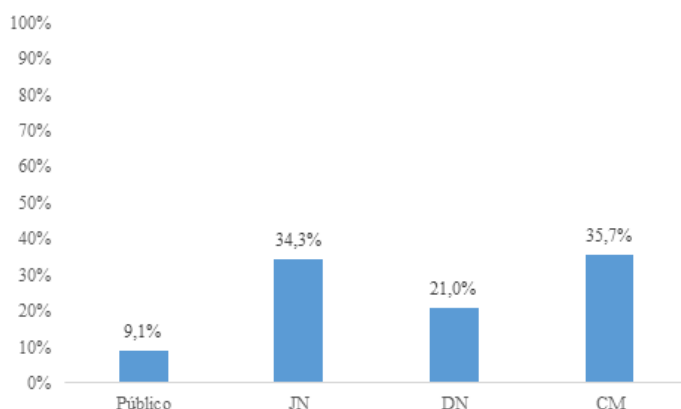


Gráfico 3: Total de notícias sobre doenças cardiovasculares (%)

## NOTAS FINAIS

Após uma análise geral, é possível retirar como principal conclusão o facto de as doenças cardiovasculares serem cada vez menos mediatizadas. Como descrito no enquadramento teórico, os indivíduos recorrem aos *mídia* como fonte de preferência de assuntos de saúde, em detrimento de profissionais. Esta situação deve-se à dificuldade da população em ter um acompanhamento médico diário.

A comunicação de saúde pode assumir um papel importante na melhoria dos resultados de saúde, sendo a sua mediatização cada vez mais urgente. Tal como referido por Ratzan (1999, citado em Araújo, 2016, p. 174), uma comunicação eficiente pode contribuir para a redução dos riscos de saúde. Desta forma, salienta-se a perspetiva de Park (1976, citado em Silveira & Marôpo, 2014) do jornalismo “como instituição que auxilia o funcionamento da sociedade” (p. 14).

Atendendo à importância da mediatização de assuntos de saúde, o facto de as doenças cardiovasculares serem cada vez menos mediatizadas pode levar a uma desinformação da população, pondo em causa a função dos jornalistas como promotores de saúde pública.

O jornalismo como construção da realidade também é outro aspeto a ter em conta, embora o trabalho não o evidencie. Os *media* garantem à população o acesso a assuntos que dificilmente de outra forma seriam do seu conhecimento.

À luz da teoria do *agenda-setting*, os *media* têm o poder de definir a agenda pública e mediática. Na perspetiva de Cardoso (2015), “o público sabe ou ignora, presta atenção ou abandona, realça ou negligencia os cenários públicos, de acordo com o que é exposto pela imprensa” (p. 4).

Uma teoria que pode complementar o *agenda-setting* é a da espiral do silêncio, proposta por Nöelle-Neumann. Segundo esta autora, quando um tema não é abordado corre o risco de cair no esquecimento e perder importância no espaço público. Assim, torna-se clara a tese dos *media* como construtores da realidade social. Olhando para o campo da saúde, Araújo (2016, p. 151) defende que os *media* são criadores das imagens de saúde e de doença da população, contribuindo para a representação social dos assuntos desse campo.

Ao analisar tudo o que engloba a produção jornalística, percebe-se que a construção da realidade dos *media* pode ser ou não representativa daquilo que se ambiciona reportar. Os *media* como construtores sociais deveriam estar idealmente mais próximos da realidade. Isto não acontece no caso das doenças cardiovasculares. Aí, o discurso jornalístico está, na verdade, bem afastado da realidade. Sendo as responsáveis pelo maior número de mortes em Portugal, estas doenças são cada vez menos mediatizadas. Existe, portanto, um desfasamento da agenda. “O facto de uma determinada doença não estar sob os holofotes dos *media* não significa que foi erradicada, ou seja, menos perigosa que outra, apenas não recebe a atenção e, por esse motivo, passa a não existir” (Azevedo, 2009, pp. 15-16).

## REFERÊNCIAS

- Araújo, R. (2016). *Dinâmicas de construção do noticiário de saúde: uma análise da imprensa generalista portuguesa*. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/45761/1/Rita%20Alexandra%20Manso%20Araujo.pdf>
- Aroso, I. (2016). *Jornalismo na imprensa médica em Portugal*. Covilhã: Editora LabCom. Retirado de [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201612051229-201615\\_jornalismoimprensamedica\\_iaroso.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/201612051229-201615_jornalismoimprensamedica_iaroso.pdf)
- Azevedo, A. (2009). *O jornalismo na saúde: uma visão transcontinental*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/10845/1/Mestrado\\_AnaAzevedo.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/10845/1/Mestrado_AnaAzevedo.pdf)
- Cardoso, D. (2015). Produção jornalística: construção da realidade. Retirado de [http://paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/artigos\\_2008b/darlete\\_cardoso.pdf](http://paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/artigos_2008b/darlete_cardoso.pdf)
- Chen, YY., Li, C. M., Liang, J. C. & Tsai, C. C. (2018). Health information obtained from the internet and changes in medical decision making: questionnaire development and cross-sectional survey. *Journal of Medical Internet Research*, 20(2), e47. <https://doi.org/10.2196/jmir.9370>
- Colling, L. (2001). *Agenda-setting e framing*: reafirmando os efeitos limitados. *Revista Famecos*, 14, 89-94. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2002.17.3154>
- Gama, R. M. & Dadalto, M. C. (2009). A notícia como construção social no universo jornalístico. BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Retirado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/velha-dadalto-gama-noticia-como-construcao-social.pdf>
- Johnson, T. (1998). Shattuck lecture: medicine and the media. *The New England Journal of Medicine*, 339(2), 87-92. <https://doi.org/10.1056/NEJM199807093390206>
- Marroquim, R. (2010). Jornalismo e construção social da realidade: o despertar do acontecimento e a composição da notícia. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, 8-10. Retirado de <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1837-1.pdf>
- Mendonça, R. F. & Braga, C. F. (2015). A espiral do silêncio e as representações sociais: os meios de comunicação, a legitimação e a naturalização. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, 4. Retirado de <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1788-1.pdf>

- Miura, P. (2012). Prevenindo a violência intrafamiliar através da construção de novas metodologias pedagógicas: um relato de experiência. *Revista Iberoamericana de Salud y Ciudadanía*, 1(2), 100-105.
- Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Espanha: Paidós Iberica.
- OMS, Organização Mundial da Saúde. (1998). *Health promotion glossary*. Genebra: Organização Mundial da Saúde.
- Pomerantz, K., Muhammad, A. A., Downey, S. & Kind, T. (2010). Connecting for health literacy: health information partners. *Health Promotion Practice*, 11(1), 79-88. <https://doi.org/10.1177/1524839908318166>
- Silveira, P. & Marôpo, L. (2014). Jornalismo e construção da realidade: um contributo para o debate teórico. *Revista Comunicando*, 3, 9-17. Retirado de [http://www.revistacomunicando.sopcom.pt/ficheiros/20141219-o\\_2.pdf](http://www.revistacomunicando.sopcom.pt/ficheiros/20141219-o_2.pdf)
- Schwitzer, G., Mudur, G., Henry, D., Wilson, A., Goozner, M., Simbra, M., Sweet, M. & Baverstock, K. A. (2005). What are the roles and responsibilities of the media in disseminating health information? *PLOS Medicine*, 2(8), e321. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.0020215>

Citação:

Cunha, M. & Almeida, R. (2020). Doenças cardiovasculares: a principal causa de morte em Portugal não está nos jornais. In F. Lopes & R. Araújo (Eds.), *As doenças na imprensa portuguesa: retrato da década* (pp. 62-73). Braga: CECS.